

УДК 331

О.В.ТОЛСТІКОВА

*Харківський національний економічний університет*

## **МЕТОДИЧНИЙ ПІДХІД ДО ВИБОРУ АДЕКВАТНИХ МЕТОДІВ МОТИВАЦІ СОЦІАЛЬНИХ ПОТРЕБ**

Обґрунтовується класифікація ознак-критеріїв соціальних потреб, пропонується розподіл потреб за методами мотивації.

Рівень життя, який залежить від багатьох соціально-економічних чинників, вирішальною мірою визначається категорією „потреби”.

Усю багатоманітність вивчених потреб людини можна класифікувати за різними критеріями. Водночас значна частина з них набуває соціального характеру в умовах соціальної держави, яка має на меті забезпечення достатнього життєвого рівня для кожного громадянина, створення належної соціальної інфраструктури для реалізації прав і свобод людини. Тому слід погодитися з такими дослідниками, як М.Рудаков, В.Д.Шапіро, М.Н.Кім та ін., які стверджують, що соціальні потреби – це такі потреби населення, що визначаються як необхідні і достатні для виживання соціуму на досягнутому рівні цивілізованості [1-4].

Автори [5] так визначають елементи соціальної сфери суспільних відносин: „...форми регулювання трудових відносин, участь працюючих в управлінні виробничим процесом, колективні угоди, державна система соціального забезпечення і соціальних послуг (допомога по безробіттю, пенсії), участь приватного капіталу в створенні соціальних фондів, соціальну інфраструктуру (освіта, охорона здоров’я, забезпечення житлом та ін.), а також реалізацію принципу соціальної справедливості”. Цей взаємозв’язок впливає на якісний і кількісний склад соціальних потреб.

З огляду на це, можна стверджувати, що, будучи індивідуальними потребами відносно окремої людини, у масштабах усього суспільства, вони набувають соціального характеру, а це ще не було розглянуто.

Метою даної статті є виявлення за допомогою матриці моральні і матеріальні методи мотивації, та співвідношення їх з ознаками-критеріями соціальних потреб.

На основі всіх класифікацій [1] автор соціальні потреби, які існують, класифікує за трьома ознаками-критеріями: потреби для інших, потреби для себе, потреби разом з усіма.

Потреби для інших – це потреби, які виражають родову сутність людини. Це потреби спілкування, потреби захисту слабшого. Потреби „для себе”: потреба у затвердженні в суспільстві, потреба у самореалі-

зації, потреба самоідентифікації, потреба мати своє місце у суспільстві, у колективі, потреба влади та інше. Потреби „для себе” ще можна назвати соціальними, бо вони нерозривно пов’язані з потребами „для інших”, і тільки через них можуть бути реалізовані.

А потреби „разом з іншими” – це група потреб, які виражають сили багатьох людей або суспільства у цілому: потреба у безпеці, потреба свободи, потреба миру тощо.

На основі цих досліджень з’явилась необхідність співвідношення цих потреб і виявлення моральних і матеріальних мотивів до класифікації потреб (табл.1), з якої видно, що мотиви можуть бути різноманітні. Вони розрізняються на моральні і матеріальні по потребам, які людина прагне задовольнити внаслідок трудової діяльності, за тими благами, які потрібні людині для задоволення своїх потреб.

Таблиця 1 – Матриця адекватності потреб і методів мотивації

Критерії потреб	Класифікація потреб	Методи мотивації	
		моральні	матеріальні
1. Потреби для себе	1.1. Потреба в самоповазі	+	
	1.2. Потреба в самовираженні	+	
	1.3. Потреба в активності	+	
	1.4. Потреба в дозвіллі й вільному часі	+	
	1.5. Потреба в самозбереженні	+	
	1.6. Потреба в соціальному статусі, соціальному росту	+	
	1.7. Потреба влади		+
2. Потреби для інших	2.1. Потреба в соціальній ролі	+	
	2.2. Потреба в продовженні роду й самовідтворенні	+	
	2.3. Потреба в спілкуванні	+	
	2.4. Потреба в захисті слабшого	+	
3. Потреби разом з усіма	3.1 Потреба в визнанні	+	
	3.2. Потреба в стабільності		+
	3.3. Потреба в соціальній солідарності й придатності	+	
	3.4. Потреба у безпеці	+	
	3.5. Потреба свободи	+	
	3.6. Потреба миру	+	

Мотиви праці різноманітні. Вони розрізняються також за потребами, які людина прагне задовольнити за допомогою трудової діяльності, по тим благам, які потрібні людині для задоволення своїх потреб, за тією ціною, що працівник готовий заплатити за одержання шуканих благ. Загальне в них завжди тільки те, що задоволення потребностей, одержання бажаних благ обов’язково пов’язані з трудовою діяльністю.

На основі цього можна виділити кілька груп мотивів праці, що утворюють у сукупності єдину систему. Це мотиви змістовності праці,

його суспільної корисності, статутні мотиви, пов'язані з суспільним визначенням плідотворності трудової діяльності, мотиви одержання матеріальних благ, а також мотиви, орієнтовані на певну інтенсивність роботи (табл.2).

Таблиця 2 – Фактори мотивації

<b>Регулятори мотивації</b>		
<i>1. Робітничє середовище</i>	<i>2. Винагорода</i>	<i>3. Безпека</i>
Робоче місце Рівень шуму	Заробітна плата та інші виплати	Ризик стати зайвим
Ергономіка	Вихідні	Відчуття своєї приналежності до підприємства
Їдальня	Додаткові вигоди	Повага й схвалення
Дизайн	Система медобслуговування	Стиль керування
Зручності	Соціальні пільги	Відносини з навколишніми
<i>4. Особистий розвиток</i>	<i>5. Почуття причетності</i>	<i>6. Інтерес</i>
Відповідальність	Подача інформації про те, як на підприємстві поводяться з працівниками	Цікаві проекти
Досвід	Консультації Спільне прийняття рішень	Досвід, що розвивається Зростаюча відповідальність
Можливість для навчання	Комунікації	Цілі

Очевидно, що чим більше число різноманітних потребностей реалізує людина за допомогою праці, чим різноманітніше блага, а також чим меншу ціну в порівнянні з іншими видами діяльності доводиться платити, тим важливіше роль праці в його житті, тим вище його трудова активність.

Отже стимулами можуть бути будь-які блага, що задовольняють значущі потреби людини, якщо їхнє одержання припускає трудову діяльність. Інакше кажучи, благо стає стимулом праці, якщо воно формує мотив праці. Поняття „мотив праці” і „стимул праці” по суті тотожні. В одному випадку мова йде про працівника, що прагне одержати благо за допомогою трудової діяльності (мотив), в іншому – про орган керування, що володіє набором благ, необхідних працівникові за умови ефективної трудової діяльності (стимул).

Стимулювання праці припускає створення умов (господарського механізму), при яких активна трудова діяльність, що дає певні, заздалегідь зафіксовані результати, стає необхідною й достатньою умовою задоволення значущих і соціально обумовлених потреб працівника формування в нього мотивів праці.

Система мотивів і стимулів праці повинна опиратися на певну базу – нормативний рівень трудової діяльності. Сам факт вступу праців-

ника в трудові відносини припускає, що він за раніше обговорену винагороду повинен виконувати деяке коло обов'язків. У цій ситуації для стимулювання ще немає місця. Існує сфера контролю діяльності й працюють мотиви запобігання, пов'язані зі страхом покарання за невиконання пропонованих заходів. Таких покарань, пов'язаних з втратою матеріальних благ, може бути як мінімум два: часткові виплати обумовленої винагороди або розрив трудових відносин.

Працівник повинен знати, які вимоги до нього пред'являються, яку винагороду він одержить при їхньому неухильному дотриманні, які санкції підуть у випадку їхнього порушення.

Мотивація праці формується до початку професійної трудової діяльності – у процесі соціалізації індивідуума шляхом засвоєння їм цінностей, а також за допомогою особистої участі в діяльності. У цей час заставляються основи відносини до праці як до цінності й формується система цінностей самої праці, розвиваються трудові якості особистості: працьовитість, відповідальність, дисциплінованість, ініціативність і т.д., здобуваються первісні трудові навички керування.

Для трудової мотивації найбільшу значимість має характер засвоєних індивідуумом трудових норм і цінностей. Саме вони надають зміст всієї подальшої трудової діяльності, визначають спосіб життя. Особиста участь дітей у продуктивній праці само по собі на мотивацію не впливає. Важливо, які норми й правила трудового життя при цьому будуть вживатися.

У професійну трудову діяльність людина вступає з вже сформованою ціннісною свідомістю. Він знає, які інтереси хотів би реалізувати за допомогою праці. Реальне виробниче середовище змушує орієнтації людини «приземлити». Так формується другий – практичний шар трудової свідомості, обумовлений, з одного боку, ціннісними орієнтаціями, а з іншого – конкретними обставинами професійного трудового життя. Практичні вимоги до роботи спричиняють конкретну мотивацію, що на відміну від ціннісної свідомості, що визначає зміст – перспективні цілі трудової діяльності, визначає в основному вибір шляхів і способів їхньої реалізації.

Мотивація праці – найважливіший фактор результативності роботи, і в цій якості вона становить основу трудового потенціалу працівника, тобто всієї сукупності властивостей, що впливають на виробничу діяльність.

Як напрямок подальших досліджень представляє інтерес розробка методичних підходів до визначення величини морального та матеріального заохочення.

1. Задоволення соціальних потреб населення як умова підвищення його довіри до влади / Є.Ф.Глухачов, Т.Б.Хомуленко, С.М.Климова та ін.; За заг. ред. доц. Є.Ф.Глухачова. – Харків: Вид-во ХарПІНАДУ “Magistr”, 2005. – 208 с.
2. Здравомыслов Г.А. Российская класс-проблема границ и численности // Социальные исследования . – 2001. – №5. – С.76-85.
3. Круглов М.И. Стратегическое управление компанией. – М.: Русская Деловая Литература, 1998. – 768 с.
4. Рудаков М. Политико-экономические аспекты рыночной мотивации труда // Человек и труд. – 1999. – №8. – С.50-56.
5. Єременко В.І. Соціально-трудові відносини в Україні: тенденції розвитку та перспективи. – К.: Міленіум, 2003. – 356 с.

*Отримано 17.02.2006*

УДК 339.138

Н.В.ПОПОВА, канд. экон. наук, Я.И.КАЛЬЧЕВА

*Харьковский национальный автомобильно-дорожный университет*

## **МЕТОДИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ ОЦЕНКИ СИЛЬНЫХ И СЛАБЫХ СТОРОН ПРЕДПРИЯТИЯ**

Предлагается методика оценки сильных и слабых сторон предприятия, обоснованы показатели такой оценки, разработана методика шкалирования этих показателей. Определена база для сравнительной оценки предприятия.

Одна из ключевых задач каждого предприятия – иметь конкурентоспособные позиции на рынке, что обусловлено правильно выбранной стратегией его развития и ее реализацией. Однако качество определения такой стратегии во многом зависит от проведенного анализа сильных и слабых сторон и формирования на базе его результатов эффективных направлений развития предприятия.

Вопросам оценки сильных и слабых сторон предприятия посвящены работы отечественных и зарубежных авторов [1-3]. Однако большинство из них останавливаются на общих критериях и не дают конкретных рекомендаций по выбору показателей оценки, применению шкал оценки, сравнительной базе. Наиболее подробно анализ сильных и слабых сторон рассмотрен в работе П.Дженстера и Д.Хасси [1], однако и они не дают методики количественной оценки сильных и слабых сторон.

В реальной деятельности предприятий, как правило, возникает необходимость оценить качественно и количественно свои сильные и слабые стороны. Поэтому вопросы дальнейшей разработки методики оценки сильных и слабых сторон являются актуальными. В частности необходимо по каждому критерию оценки сильных и слабых сторон определить набор показателей, шкалы их оценки и базу для сравнения.